

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Setelah penulis memahami, meneliti dan menganalisis tentang peranan biaya pemasaran dalam usaha peningkatan laba pada CV “Putra Jaya” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) CV “Putra Jaya” belum mengolongkan biaya pemasaran secara baik, sehingga tidak dapat diketahui berapa besar biaya pemasaran yang dikeluarkan berdasarkan macamnya.
- 2) Konsumen mengetahui adanya produk baru dari CV “Putra Jaya” setelah perusahaan melakukan promosi-promosi, jadi dapat disimpulkan bahwa Laba CV “Putra Jaya” meningkat setelah adanya biaya pemasaran.
- 3) Tingkat efektifitas dan efisiensi biaya pemasaran sudah cukup efektif dan efisien dikarenakan adanya penambahan biaya pemasaran yang sebenarnya sangat minimum, tetapi dengan adanya pemasaran tersebut maka konsumen mengenal adanya produk baru tersebut. Dengan adanya penambahan biaya pemasaran maka konsumen pun mengenal produk baru super *quality*.
- 4) Penulis tidak menemukan adanya faktor-faktor penghambat yang menghalangi jalannya biaya pemasaran.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Sebaiknya CV “Putra Jaya” melakukan penggolongan terhadap biaya-biaya pemasaran agar perusahaan tahu mana yang lebih baik di pakai terus menerus atau tidak.
- 2) Untuk meningkatkan peran biaya pemasaran dalam meningkatkan laba, perusahaan sebaiknya melakukan analisis biaya pemasaran menurut situasi yang ada, misalnya: bulan-bulan tertentu atau hari-hari tertentu memberikan promo kepada pelanggan.
- 3) Analisis biaya pemasaran seharusnya digunakan sebagai alat bantu bagi pihak manajemen perusahaan untuk mengarahkan kegiatan penjualan dan pemasaran perusahaan ke arah yang lebih bermanfaat bagi usaha peningkatan laba perusahaan yang efektif dan efisien.